

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN KOPI ROBUSTA DAN TRANSMISI
HARGA PADA PETANI KOPI ROBUSTA DI DESA PADANG TAMBAK
KECAMATAN WAY TENONG KABUPATEN LAMPUNG BARAT**

**ANALYSIS OF ROBUSTA COFFEE MARKETING CHANNELS AND PRICE
TRANSMISSION AMONG ROBUSTA COFFEE FARMERS IN PADANG TAMBAK
VILLAGE, WAY TENONG DISTRICT, WEST LAMPUNG REGENCY**

Yanti Kurnia¹⁾, Sisvaberti Afriyatna¹⁾

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

Jalan Jendral A. Yani 13 Ulu Palembang

*e-mail korespondensi : y4ntikurnia@gmail.com

ABSTRACT

The research of this study was to determine the marketing channels for Robusta coffee in Padang Tambak Village, Way Tenong District, West Lampung Regency and to analyze price transmission that occurs in the marketing of Robusta coffee in Padang Tambak Village, Way Tenong District, West Lampung Regency. The research method used was a survey method. The sampling method used was Simple Random Sampling (simple randomization) for farmers, with 30 respondents in this study, and the Snawball method (snowball sampling) for collectors/middlemen. Data collection methods used were interviews, observation, and documentation. The data processing methods included editing, coding, and tabulation. The data analysis methods used were qualitative and quantitative. The results of this study indicate that there are four marketing channels in Padang Tambak Village, Way Tenong District, West Lampung Regency used by farmers, namely: (a). Marketing channel I is 6 farmers or 20.0% through middleman 1, Marketing channel III is 3 farmers or 10.0% through middleman 3, and Marketing channel IV is 4 farmers or 13.3% through middleman 4. These three marketing channels use a payment system that is not in cash, but uses notes first before the harvest is distributed to the factory. (b). Marketing channel II is 17 farmers or 56.7% who use this channel through middleman 2 with a cash payment system. The transmission regression coefficient value in Padang Tambak Village is 0.938 or less than one ($E_t < 1$) indicating the value of price elasticity, this means that if there is a price change of 1% at the factory level it will trigger a price change of 0.938% at the farmer level.

Key word: Marketing Channel, Price Transmission, Robusta Coffee, Coffee Farmers

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat dan untuk menganalisis transmisi harga yang terjadi dalam pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penarikan contoh yang digunakan *Simple Random Sampling* (pengacakan sederhana) untuk petani yang dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 30 responden petani dan metode *Snawball* (sampling bola salju) untuk pengepul/tengkulak. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengolahan data yaitu pengeditan data (*editing*), pengkodean (*coding*) dan tabulasi (*tabulating*). Dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Saluran pemasaran yang ada di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat terdapat empat saluran pemasaran yang digunakan oleh petani yaitu : (a). Saluran pemasaran I sebanyak 6 petani atau 20,0% melalui tengkulak 1, Saluran pemasaran III sebanyak 3 petani atau 10,0% melalui tengkulak 3, dan Saluran pemasaran IV sebanyak 4 petani atau 13,3% melalui tengkulak 4. Ketiga saluran pemasaran ini menggunakan sistem pembayaran yang tidak secara tunai, melainkan menggunakan nota terlebih dahulu sebelum hasil panen disalurkan ke pabrik. (b). Saluran pemasaran II sebanyak 17 petani atau 56,7% yang menggunakan saluran ini

melalui tengkulak 2 dengan sistem pembayaran secara tunai. Nilai koefisien regresi transmisi di Desa Padang Tambak sebesar 0,938 atau kurang dari satu ($E_t < 1$) menunjukkan nilai elastisitas harga, ini berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik akan memicu perubahan harga sebesar 0,938% ditingkat petani.

Kata kunci: *Saluran Pemasaran, Transmisi Harga, Kopi Robusta, Petani Kopi*

PENDAHULUAN

Pemilihan Kecamatan Way Tenong, khususnya Desa Padang Tambak, sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik wilayah yang mencerminkan kondisi riil sektor pertanian kopi di Lampung Barat. Meskipun secara luas lahan cukup potensial yaitu sebesar 4.776,1 hektar, namun produksi kopi robusta di kecamatan ini tergolong rendah yaitu hanya sebesar 4.548,3 ton (BPS Lampung Barat, 2022). Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan antara luas lahan dan hasil produksi yang berpotensi disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk sistem pemasaran kopi yang belum optimal. Mayoritas penduduk Desa Padang Tambak yang bermata pencaharian sebagai petani kopi, menjadikan komoditas kopi robusta sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat setempat.

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sistem pemasaran kopi di daerah ini masih didominasi oleh peran tengkulak atau pedagang pengepul. Petani umumnya menjual hasil panennya secara langsung kepada tengkulak atau pembeli lokal yang datang langsung ke rumah para petani. Tengkulak biasanya membeli hasil panen dalam bentuk biji kopi yang sudah dikupas. Karena keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas, dan tingginya biaya tambahan yang harus dikeluarkan petani jika ingin menjual produk mereka langsung ke pasar, lemahnya posisi tawar, serta kebutuhan akan uang tunai yang mendesak pasca panen.

Hal ini mengakibatkan harga jual kopi yang diterima petani cenderung lebih rendah dibandingkan harga pasar, dan petani seringkali tidak memiliki informasi atau kontrol atas nilai sebenarnya dari komoditas yang mereka hasilkan. Dengan kondisi tersebut, Desa Padang Tambak menjadi lokasi yang strategis untuk diteliti karena menggambarkan dinamika pemasaran kopi di daerah penghasil, serta dapat menjadi dasar untuk merumuskan solusi peningkatan efisiensi dan kesejahteraan petani kopi di wilayah serupa. Sepanjang tahun 2024, harga biji kopi robusta di Kabupaten Lampung Barat mengalami fluktuasi yang signifikan. Selama masa panen raya pada Juli-Agustus, harga biji kopi Rp. 30.000-40.000 per kilogram, sedangkan pada saat diluar musim panen harga

kopi dapat mencapai Rp. 60.000-75.000 per kilogram (Sentosa, 2024). Harga kopi robusta di Lampung Barat pada tahun 2024 dipengaruhi oleh kualitas biji, kondisi pasar global, dan faktor lokal seperti curah hujan dan distribusi hasil panen.

Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mengetahui saluran pemasaran dan transmisi harga suatu kegiatan usaha yang ada di Desa Padang Tambak. Berdasarkan uraian latar belakang diatas saya tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Saluran Pemasaran Kopi Robusta dan Transmisi Harga Pada Petani Kopi Robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat”.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana saluran pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat?
2. Bagaimana transmisi harga yang terjadi dalam pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat.
2. Untuk menganalisis transmisi harga yang terjadi dalam pemasaran kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di daerah tersebut menunjukkan adanya ketimpangan antara luas lahan cukup potensial yaitu sebesar 4.776,1 hektar, namun produksi kopi robusta di kecamatan ini tergolong rendah yaitu hanya sebesar 4.548,3 ton (BPS Lampung Barat, 2024) yang berpotensi disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk sistem pemasaran kopi yang belum optimal. Waktu penelitian ini

dilaksanakan selama 3 bulan yaitu pada bulan April 2025 sampai dengan bulan Juli 2025.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Moeshar (2002), menyatakan bahwa survei merupakan suatu metode yang dilakukan melalui pengamatan atau menyelidiki secara kritis untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai suatu permasalahan di wilayah atau lokasi tertentu. Metode ini juga dapat diartikan sebagai studi yang dirancang secara sistematis guna mengumpulkan data yang dibutuhkan. Sementara itu, menurut Batubara (2010) menjelaskan bahwa survei adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena berdasarkan hasil pengamatan terhadap sebagian individu dari kelompok besar bagian yang diamati disebut sampel, sedangkan keseluruhan kelompok tersebut disebut populasi.

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode *Simple Random Sampling* (pengacakan sederhana) untuk petani dan metode *Snowball* (sampling bola salju) untuk pengepul/tengkulak. Pemilihan sampel petani dilakukan dengan metode *Simple Random Sampling* (pengacakan sederhana), metode ini dipilih karena sampel diambil secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan tingkat atau kategori tertentu, sehingga setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk dipilih sebagai subjek penelitian (Juliansyah, 2016). Sementara itu, untuk menentukan sampel dari pengepul atau tengkulak, digunakan metode *Snowball Sampling* (teknik bola salju), yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara bertahap atau berantai. Dalam metode ini, responden awal akan merekomendasikan responden berikutnya yang dinilai memiliki informasi yang relevan (Sugiyono, 2017). Teknik ini digunakan dengan tujuan memenuhi kebutuhan data dalam penelitian, sehingga jumlah sampel dapat terus bertambah sesuai dengan kebutuhan. Penulis akan mengumpulkan data dari pengepul atau tengkulak yang berada di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong. Namun, proses pengambilan sampel akan dihentikan apabila data yang diperoleh dianggap telah memadai untuk keperluan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pemasaran Kopi Robusta di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat

Pemasaran kopi di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat diawali dari kegiatan pascapanen yang dilakukan oleh petani. Proses pemanenan

dilakukan dengan dua metode yaitu pemetikan secara pelangi di mana petani memetik buah kopi dengan tingkat kematangan bervariasi dan pemetikan selektif yaitu hanya memetik buah kopi berwarna merah yang telah matang sempurna. Setelah pemanenan, buah kopi diolah langsung oleh petani melalui tahap pengupasan kulit luar menggunakan mesin pulper untuk memisahkan kulit buah dari biji kopi. Biji kopi yang telah terlepas dari kulit kemudian dijemur di bawah sinar matahari hingga mencapai tingkat kekeringan yang sesuai. Proses penjemuran ini bertujuan untuk menurunkan kadar air pada biji kopi agar dapat disimpan lebih lama tanpa menurunkan kualitas. Setelah biji kopi kering, barulah petani menjual hasil produksinya kepada pihak perantara untuk selanjutnya didistribusikan ke tahapan pengolahan atau pemasaran berikutnya dengan harga jual biji kopi ditentukan oleh kualitasnya, di mana kopi yang dipanen dengan selektif yang kualitas dan warna seragam dihargai lebih tinggi dibandingkan kopi hasil pemetikan pelangi yang kualitas dan warnanya lebih bervariasi. Tahapan ini mencerminkan bahwa petani di wilayah tersebut telah menerapkan proses pascapanen yang relatif baik, meskipun masih terdapat variasi teknik panen yang memengaruhi kualitas akhir biji kopi yang dihasilkan.

Saluran Pemasaran Kopi Robusta Kopi Robusta di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat

Saluran pemasaran juga sering disebut dengan saluran distribusi yang dapat digambarkan sebagai salah satu *route* atau jalur. Untuk memperlancar pendistribusian barang atau jasa dari produsen ke konsumen maka salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah saluran pemasaran yang efisien, yaitu saluran pemasaran yang memiliki rantai pasok terpendek karena jika saluran pemasaran semakin panjang maka semakin kecil harga yang diterima oleh petani. Saluran pemasaran kopi robusta yang terjadi di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat bermula dari petani sebagai produsen, tengkulak/pengepul sebagai lembaga pemasaran serta Pabrik sebagai konsumen.

1. Petani → Tengkulak 1 → Pabrik
2. Petani → Tengkulak 2 → Pabrik
3. Petani → Tengkulak 3 → Pabrik
4. Petani → Tengkulak 4 → Pabrik

Berdasarkan saluran pemasaran yang ada di atas, saluran pemasaran di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat memiliki pola yang relatif sederhana dengan seluruh hasil produksi biji kopi dari petani terlebih dahulu dijual kepada tengkulak sebagai perantara utama. Terdapat

empat pola saluran pemasaran biji kopi robusta yaitu :

- Saluran pemasaran I sebanyak 6 petani atau 20,0% yang menggunakan saluran pemasaran I melalui tengkulak 1. Namun, saluran pemasaran I melalui gudang penyimpanan terlebih dahulu sebelum diantar ke pabrik.
- Saluran pemasaran II sebanyak 17 petani atau 56,7% yang menggunakan saluran ini melalui tengkulak 2. Pada saluran II ini, tengkulak langsung mengantarkan hasil produksi biji kopi dari petani ke pabrik.
- Saluran pemasaran III sebanyak 3 petani atau 10,0% yang menggunakan saluran ini melalui tengkulak 3 yang menyalurkan ke gudang kopi kemudian ke pabrik.
- Saluran pemasaran IV sebanyak 4 petani atau 13,3% yang menggunakan saluran pemasaran ini melalui tengkulak 4 yang juga menyalurkan ke gudang kopi kemudian ke pabrik, untuk rincian dapat dilihat pada Lampiran 3.

Pada saluran diatas, terdapat empat saluran pemasaran karena ada empat tengkulak di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat dengan alur saluran pemasaran yang relatif pendek. Semakin panjang saluran pemasaran, semakin banyak biaya distribusinya sehingga harga yang diterima petani semakin kecil dan transmisi harga dari pabrik ke petani menjadi tidak efisien. Terdapat perbedaan untuk sistem pembayaran yang dilakukan, untuk tengkulak 1, 3 dan 4 atau saluran pemasaran I, III dan IV dengan sistem pembayaran tidak secara tunai, melainkan menggunakan nota terlebih dahulu sebelum hasil panen disalurkan ke pabrik oleh tengkulak 1, 3 dan 4. Sementara itu, saluran pemasaran II meliputi tengkulak 2 dengan sistem pembayaran secara tunai, karena saluran II memiliki persentase yang lebih besar mengindikasikan bahwa sebagian besar petani lebih memilih jalur pemasaran dengan pembayaran langsung, karena memberikan keuntungan dari sisi kepastian pendapatan. Perbedaan sistem pembayaran ini menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran yang akan digunakan.

Transmisi Harga Yang Terjadi Dalam Pemasaran Kopi Robusta di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat.

Hasil dari analisis regresi sederhana yang dihitung menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien regresi transmisi senilai 0,938. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga yang berada dibawah satu (<1). Adapun hasil perhitungan tersebut

diperoleh dari persamaan regresi pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Transmisi Harga Yang Terjadi Dalam Pemasaran Kopi Robusta di Desa Padang Tambak Kecamatan Way Tenong Kabupaten Lampung Barat

Variabel	B	Signifikasi
Constant	1959,059	,487
Harga Tengkulak	,938	,000

Sumber: Hasil Perhitungan Menggunakan SPSS 2022.

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien B untuk variabel harga tengkulak sebesar 0,938 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga yaitu lebih kecil dari 1 (<1). Artinya, setiap kenaikan harga tengkulak sebesar Rp 1 akan mengakibatkan perubahan harga di tingkat petani sebesar Rp 0,938. Dengan demikian, jika harga di tingkat tengkulak mengalami kenaikan, maka harga biji kopi yang diterima petani juga akan mengalami kenaikan yang cukup besar dan signifikan.

Berdasarkan Tabel 1, memperlihatkan bahwa posisi petani sangat tergantung pada harga yang ditetapkan oleh tengkulak, sehingga upaya perbaikan transparansi harga dan peningkatan posisi tawar petani menjadi penting untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Dalam kegiatan pemasaran komoditas pertanian, rendahnya transmisi harga dari pasar konsumen ke pasar produsen menjadi salah satu indikasi adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni yang dimiliki oleh tengkulak. Kondisi ini terjadi karena pedagang atau tengkulak memiliki posisi *monopsoni* (dimana hanya satu pembeli yang menguasai) atau *oligopsoni* (beberapa pembeli yang mendominasi), sehingga mereka mampu mengendalikan harga pembelian dari petani. Akibatnya, meskipun harga di tingkat konsumen cenderung stabil, tengkulak tetap dapat menekan harga yang diterima petani untuk memperoleh keuntungan maksimal. Demikian pula, ketika harga di tingkat konsumen meningkat, tengkulak hanya menyampaikan sebagian kecil dari kenaikan tersebut kepada petani. Dengan kata lain, kenaikan harga di tingkat petani lebih rendah dibandingkan dengan kenaikan harga yang dibayar oleh konsumen atau pabrik.

Elastisitas transmisi harga dapat diartikan sebagai perbandingan antara perubahan harga di tingkat tengkulak atau pengepul dengan perubahan harga di tingkat petani. Apabila nilai elastisitas (E_t) sama dengan 1, maka setiap kenaikan harga sebesar 1% di tingkat pabrik

akan menyebabkan kenaikan harga sebesar 1% pula di tingkat petani. Ini menunjukkan bahwa pasar berada dalam kondisi persaingan sempurna dan sistem pemasaran berjalan secara efisien. Jika $E_t > 1$, maka kenaikan harga 1% di tingkat pabrik akan menyebabkan kenaikan harga lebih besar dari 1% di tingkat petani, yang menandakan adanya ketidaksempurnaan dalam persaingan pasar. Sebaliknya, jika $E_t < 1$, maka kenaikan harga 1% di tingkat pabrik hanya akan menyebabkan kenaikan harga yang lebih kecil di tingkat petani, yang berarti sistem pemasaran berjalan secara tidak efisien (Sudiyono, 2001).

Analisis elastisitas transmisi harga bertujuan untuk mengetahui persentase perubahan harga di tingkat produsen yang disebabkan oleh perubahan harga di tingkat konsumen, menggunakan model persamaan $\ln P_f = \beta_0 + \beta_1 \ln P_r + e$. Menurut Sudiyono (2001), nilai elastisitas transmisi umumnya kurang dari satu. Hal ini menunjukkan bahwa jika volume dan harga input tetap, maka perubahan relatif harga di tingkat pengecer tidak akan melebihi perubahan relatif harga di tingkat produsen. Selain menggambarkan sejauh mana perubahan harga terjadi antara petani dan pengecer, nilai elastisitas transmisi harga juga memberikan gambaran mengenai tingkat persaingan, bentuk pasar, dan struktur pasar yang ada.

Berdasarkan Tabel 12. hasil dari analisis regresi sederhana dengan menggunakan perhitungan SPSS diperoleh nilai koefisien regresi transmisi senilai 0.938%. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga, yaitu lebih kecil dari satu (< 1). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan harga 1% di tingkat pabrik hanya akan memicu kenaikan harga sebesar 0,938% di tingkat petani di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat.

Menurut Marwanto (2022), kondisi serupa juga ditemukan di Desa Nusa Serasan Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin dimana nilai koefisien regresi transmisi sebesar 0,953 menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga kurang dari satu (< 1). Selain itu, menurut Shuhada et al. (2015), kondisi serupa juga ditemukan di Desa Gobah, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, di mana nilai koefisien regresinya lebih kecil dari satu (< 1).

Perbedaan harga antara pabrik yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga petani disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah karena petani tidak mempunyai banyak biaya yang harus dikeluarkan pada saat panen hingga penjualan dibandingkan dengan

tengkulak/pengepul, biaya rata-rata yang sering dikeluarkan oleh petani biasanya hanya biaya pengolahan dasar (seperti pengupasan atau penjemuran awal) berbeda halnya dengan tengkulak/pengepul yang harus mengeluarkan biaya tambahan seperti biaya transportasi dan biaya bongkar muat sebelum kopi dijual ke pabrik atau pasar yang lebih besar. selisih biaya tambahan dan potensi penyusutan mutu kopi inilah yang membuat harga yang diterima petani kopi robusta cenderung lebih kecil dan lambat merespons kenaikan harga pasar. Situasi ini juga diperparah oleh ketergantungan petani pada satu-satunya saluran pemasaran melalui tengkulak, sehingga posisi tawar petani semakin lemah dan transmisi harga menjadi tidak efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis saluran pemasaran dan transmisi harga kopi robusta di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat, dapat disimpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran yang ada di Desa Padang Tambak, Kecamatan Way Tenong, Kabupaten Lampung Barat terdapat empat saluran pemasaran yang digunakan oleh petani yaitu :
 - a. Saluran pemasaran I sebanyak 6 petani atau 20,0% melalui tengkulak 1, Saluran pemasaran III sebanyak 3 petani atau 10,0% melalui tengkulak 3, dan Saluran pemasaran IV sebanyak 4 petani atau 13,3% melalui tengkulak 4. Ketiga saluran pemasaran ini menggunakan sistem pembayaran yang tidak secara tunai, melainkan menggunakan nota terlebih dahulu sebelum hasil panen disalurkan ke pabrik.
 - b. Saluran pemasaran II sebanyak 17 petani atau 56,7% yang menggunakan saluran ini melalui tengkulak 2 dengan sistem pembayaran secara tunai.
2. Nilai koefisien regresi transmisi di Desa Padang Tambak sebesar 0,938 atau kurang dari satu ($E_t < 1$) menunjukkan nilai elastisitas harga, ini berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik akan memicu perubahan harga sebesar 0,938% ditingkat petani.

DAFTAR PUSTAKA

BPS Lampung Barat [Badan Pusat Statistik Lampung Barat]. 2024. Data Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kopi di Kabupaten Lampung Barat Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Barat: Jakarta.

- Batubara, B. 2010. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data Penelitian. Perdana Publishing : Medan.
- Juliansyah, I. 2016. Metode Penarikan Contoh dalam Penelitian. Pustaka Nusantara: Jakarta.
- Marwanto, A. 2022. *Analisis saluran pemasaran Bokar Dan Tranmisi Harga Pada Petani Karet di Desa Nusa serasan Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten musi banyuasin*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Moeshar, S. 2002. Metode Survei dalam Penelitian Sosial. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Sentosa, M. 2024. Harga Kopi Robusta di Lampung Barat 1 September 2024. Lampung: Harian Waktu Lampung Online.
- Sugiyono. 2016. Statistika Untuk Penelitian (ke-27). Alfabeta Bandung: *Bandung*.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.